

URL: <https://mediascope.net/news/1024611/> (дата обращения: 09.03.2019).

6. Сумская А. С. Концепция «моральной паники» в современной медиареальности России и Запада: опыт восприятия с позиции коммуникативно-культурной памяти / А. С. Сумская, Г. Саймонс // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3, С. 184–196.
7. Meusburger P. Cultural memories. The geographical point of view. Knowledge and Space 45. Dordrecht, 2011.

УДК 070.1(73) + 004.77:327

Толкачев А. О.
Санкт-Петербургский государственный университет

РОЛЬ ДИГИТАЛЬНЫХ МЕДИА США В МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Аннотация: Благодаря возможностям цифровой среды, социальным сетям и современному инструментарию медиа в условиях постсовременности границы между производителем и потребителем контента становятся все более размытыми. Стремительное развитие гражданской журналистики оказывает существенное влияние как на систему средств массовой информации США, так и на глобальную медиасреду. Авторами публикаций на специализированных блог-платформах профессиональных изданий выступают порой сами читатели, что ломает прежнюю систему вертикального взаимодействия. Медиатизация политической среды, как и реальности в целом, приобретает все больше новых черт и особенностей. Цифровые медиа сегодня играют едва ли не ключевую роль в процессах медиатизации и стали практически основным каналом коммуникации политической элиты с аудиторией.

Ключевые слова: *цифровые медиа США, информационная повестка, медиатизация политики, социальные сети.*

ROLE OF THE US DIGITAL MEDIA IN THE MEDIATISATION OF POLITICS

Abstract: Digital space, social networks and capabilities of new media in postmodern reality make borders between content producers and consumers more and more washed out. The mediatization of political processes as well as reality overall has been getting more new specific traits. Today new media plays almost the key role in the mediatization and act as the main communication channel between the political elite and the public.

Keywords: *US digital media, agenda setting, mediatization of politics, social networks.*

В современной социальной реальности практически любой пользователь интернета может открыто производить и распространять информацию в публичном медийном пространстве. Особенности сегодняшней медиасреды поспособствовали активному развитию гражданской журналистики и стали ключевыми факторами для принципиальных изменений журналистики в целом. Кроме того, на новых медиаплатформах общественное и личное пространство постепенно трансформируются в единое целое, что также создает новые стимулы для появления новых форм медиаконтента.

С точки зрения коммуникативных теорий, практически каждое сообщение на таких медиаплатформах становится коммуникацией в связи с наличием определенного эффекта. Проще говоря, такие площадки превращаются в среду общения (даже единственный «like» под материалом играет в данном случае ключевую роль в формировании коммуникации), что стимулирует последующее сетевое продвижение информации, потенциально способной стать важнейшей новостью дня. Исследователи указывают на возникновение феномена «открытых новостей» и на то, что в англоязычных исследованиях начало постоянно применяться понятие «OpenNews». Сущность феномена в том, что всякая уже наличествующая новость в границах гражданской журналистики может использоваться для своего рода реактуализации и дискутирования любым коммуникантом. В то время как в традиционной профессиональной прессе подобная возможность значительно сужена – репортер обязан обладать для

этого значимыми причинами и информационным заказом редакции. Таким образом, информационно-коммуникативная среда все больше переходит под контроль аудитории.

Характерной тенденцией, отмеченной в ходе ряда последних избирательных кампаний в США и Европе, явилось применение технологии влияния на граждан и их мотивации, делающей избирателя не столько пассивным свидетелем, сколько актором кампании, ее мощнейшим сетевым орудием – все это дает возможность задействовать дигитальные медиа для налаживания массовой коммуникации. Таким образом, речь идет о новом типе активистской сетевой политической культуры и политического маркетинга. Еще одной особенностью политической коммуникации в дигитальных медиа является исследование обратной связи в части управления общественным мнением. Так, например, современные исследователи отмечают, что комментарии к различным материалам, размещенным в блогах и на иных площадках, играют едва ли не ключевое значение в процессе оказания воздействия на общественное мнение.

Корреляция между силой убеждения и оставленными комментариями была выявлена американским профессором, заведующим кафедрой политических наук Университета Северной Аризоны Дэвидом Шлозбергом, утверждающим, что около 75 % потенциальных респондентов с интересом всегда прочитывают комментарии, а около 34 % опрошенных могут поменять свою точку зрения под их воздействием.

В США блоги и микроблоги стали нормой публичной деятельности политиков, поэтому открытие очередного блога президента уже не вызывает там повышенного общественного интереса. Сегодня можно говорить о том, что политическая веб-активность состоит из двух направлений: веб-сайтов и дигитальных медиа, активно развивающих свои каналы в социальных сетях, мессенджерах и на видеоплатформах. Причем, если первые давно стали обязательной частью политического протокола, то вторые стремительно осваиваются политическими субъектами.

Поколение т. н. гражданских репортеров и активных пользователей, которые, используя возможности камеры мобильного телефона и интернета для сбора информации, разрушают сложившуюся структуру медиaprостранства – «производитель – получатель» информации. Это подтверждают и блог-площадки, созданные на базе крупных американских медиа, – Huffington Post, BuzzFeed и пр.

Дигитальное пространство и возможности новых медиа, в частности, развивают традиционные формы политического участия, упрощая

распространение новостей о событиях и политических акциях для широкой аудитории, а также координируя политических активистов. Так, например, многие эксперты считают, что Барак Обама – первый американский президент, которому удалось победить на выборах, в том числе, благодаря усилению присутствия в социальных сетях. За два президентских срока он полностью изменил представление мира о том, как глава государства может работать с медиа, установив новые правила игры, которым пытаются следовать политики всего мира.

В противоположность классическим средствам коммуникации новые медиа имеют двойной принцип демократической эмансипации. Новые медиа и социальные сети позволяют осуществлять принципиально новые, революционные формы эгалитарной массовой коммуникации. Тем самым новые медиа ломают традиционные принципы формирования повестки дня «сверху» и дают возможность довольно широкого политического участия. В сетевом сообществе эффективная коммуникация осуществляется в публичном пространстве по принципу равноправия: каждый имеет возможность делиться своими мнениями, оценками и взглядами. Общественное пространство становится более открытым, формирование информационной повестки дня – более демократичным.

Литература

1. Бондаренко А. Как Обама совершил революцию в работе с медиа [Электронный ресурс] // Телекритика. 2016. URL: <http://www.telekritika.ua/media-i-vlada/2016-05-06/114033> (дата обращения: 03.02.2018).
2. Краснаярова О. В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация // Вопросы теории и практики журналистики. 2016, № 1. Т. 5. С. 45–57.
3. Gueorguieva V. Voters, MySpace and YouTube: The impact of alternative communication channels. The Transformation of Election Campaign Communications / V. Gueorguieva // New Brunswick, 2009. P. 70–91.
4. Ricke L. A new opportunity for democratic engagement: The CNN-YouTube presidential candidate debates // Journal of Information Technology and Politics, 2010. № 7.
5. Schlosberg D. Democracy and E-Rulemaking: Web-Based Technologies, Participation, and the Potential for Deliberation / Schlosberg D., Zavestoski S., Stuart W. Shulman // Journal of information technology and politics. 2007. Vol. 4, № 1.